☰





ACHIM SZEPANSKI 2016-08-28

DAS FUSSBALL-SYNDROM. STICHPUNKTE

BIOPOLITICS, LEXICON CAPITAL, FINANCE, FUSSBALL

1) Fußball, Porno und Pop machen heute die Kulturindustrie aus.

2) Vereine, Spieler und Trainer sind heute Finanzanlagen. Klickt man auf ein Vereinsprofil, so ist die erste ins Auge springende Zahl der Gesamtmarktwert des Clubs. Dies entspricht in etwa der Börsenkapitalisierung eines Unternehmens, obgleich die wenigsten Clubs Aktiengesellschaften sind. Sämtliche Spieler besitzen einen ständig flottierenden Marktwert, den ein Konglomerat aus Spielerberatern, Vereinen, Kommentatoren und letztendlich der Spieler selbst bestimmt, i.e. eine Art kollektiver Rating-Agentur. Der Spieler-Unternehmer ist die fortgeschrittene Form des von Foucault gekennzeichneten neoliberalen Human Capitals. Der Profispieler ist eine Einkommen beziehende maschinelle Kompetenz, und dies innerhalb der Fußballindustrie, die den Spieler als strömenden Komplex betrachtet, der für eine befristete Zeit bereit steht, um die Formation der Unternehmenseinheit „Fußballverein" zu unterstützen. Fußballspieler sind lohnabhängige Arbeitskräfte noch hochdotierte Sklaven, sie sind (wie der Verein) auf die Zukunft exponierte Finanzanlagen.

Spieler wie Vereine müssen kapitalisiert werden. So gilt es, die zu einem gegebenen Zeitpunkt (ex ante) erwarteten, zukünftigen Gewinne mit den aktuell gewordenen, erst ex post als bekannt geltenden, Gewinnen zu vergleichen, auf die man spekuliert hat. Die immer kurzfristigeren Verträge, die Jugendarbeit und sämtliche Spekulationen um das Entwicklungspotenzial eines Spielers deuten auf die zukunftsbezogene Verwertung des Spielers als Finanzanlage hin. Entsprechend investieren große Geldgeber in Vereine, deren Spielermaterial, das die Ereignisse inszeniert, gleich der Produktivität des Vereins ist (im Zusammenspiel mit Management, Trainer, Medizin etc.).

In besonderer Weise ist der Profifußballspieler ein Derivat. Der Preis des Profifußballspielers Ronaldo wird kontinuierlich durch den Preis einer Vielzahl derivativer, das heißt von ihm abgeleiteter Produkte mitbestimmt, womit Ronaldos Haar- und/oder Körperdesign symbolisch aufgeladen wird. Der Markterfolg der von Ronaldo beworbenen Waren wird seinen eigenen Preis (als Ware) steigern, während Waren, weil sie seinen Namen und damit ein Image tragen, selbst wiederum zu Derivaten mutieren, wobei beide Sorten von Waren-Derivaten

füreinander da sind, unter anderem auch deswegen, weil es Ronaldo geschafft hat, sich selbst zum lebendigen Geld aufzuschwingen. Offensichtlich stützt die Ware Ronaldo die von ihm beworbenen Waren, und umgekehrt -: beide Warenarten steigern ihren Preis in reiner Reziprozität, indem sie sich beiderseits als Derivate in den medialen Gossen der Picture-Industry beglaubigen.

3) Der Fußball ist eine globale Eventmaschinerie, die rund um die Uhr Fußballspiele im TV sendet. Nirgends ist der Sieg der konstruktivistischen Medientheorie, die besagt, dass die Medien das Ereignis erzeugen und nicht umgekehrt, besser realisiert als im Fußball. Empirisch zeigt sich dies darin, dass die großen Vereine hohe Teile ihrer Umsätze über weltweit vergebene Senderechte generierern.

Das Verlangen nach Überbelohnung stachelt der Profifußball an. Anders als im modernen Theater, wo von Anfang an nur Verlierer auftreten, die über ihre Probleme reden und sich dabei immer weiter verknoten, geht es in der modernen Fußballarena um die Lust an der Urunterscheidung: Sieg oder Niederlage. Die Inszenierung des Ungewissen tritt mit dem Versprechen auf, dass es am Ende zumindest für eine der Parteien zu einer befriedigenden Lösung gekommen sein wird, wobei die Taktik für beide Seiten notwendig ist, um diese befriedigende Lösung im Spielverlauf selbst herzustellen, indem (virtuelle) Abläufe in molekulare Module und Wege zerlegt und aktualisiert werden, die jederzeit durch blitzschnelle Entscheidungen, Kalküle und Taktikwechsel quasi maschinell rekombiniert werden können. Das Neue ist im massenmedialen Spektakel immer ein Mittel, um Spannungen auf- und abzubauen oder um einen permanenten Spannungsbogen zu halten, wobei gerade soviel Neuigkeit als Abweichung zugelassen, dass der Effekt des Wiedererkennens der alten Schemata nicht gestört wird. Das Neue soll allein unbedrohliche Ungewissheiten ins Spiel bringen, ohne dass aber die Frische eines Befremdlichen aufscheinen könnte.

4) Das Fußballstadion ist sowohl Spektakel als auch Panopticon. Über umfassende Videoüberwachung des Zuschauerbereichs (Sitzplätze sind besser als Stehplätze zu überwachen) besitzt die Polizei, die sowohl über eigene Einsatzräume als auch über Stadionwachen verfügt, heute Kontrolle über das Stadion. Ihr steht ein analytischer Apparat zur Seite, der die Fußballfans in drei Kategorien einteilt: Kategorie A = normaler Fan; Kategorie B = bedingt gewaltbereit; Kategorie C = gewaltbereit, sie suchen Auseinandersetzungen. Dieser Macht-Wissen-Komplex erzeugt spezifische Machtbeziehungen in und außerhalb der Stadien. Im Zuge der Umgestaltung der Stadien zu einem hauptsächlich kommerziell verwertbaren Raum ist bspw. auch die Pyrotechnik illegalisiert worden.

5) Der neoliberale Spieler steht für die Anforderungen eines flexiblen Arbeitsmarktes. Das Human Capital soll Ausdauer, Flexibilität und autonome Leistungsbereitschaft besitzen, die Räume besetzen, Spielsituationen antizipieren, mannschaftsdienlich spielen und doch kreativ sein. Die Zauberformel heißt Team. Performance-Potenziale werden im Team realisiert, aber gleichzeitig gilt es die eigene Eleganz durchzusetzen, und dies macht den Star aus. Die Fußballindustrie ist heute immer auch Casting-Industrie.

6) Ultras sind sowohl ein Resultat der staatlichen produzierten Delinquenz als auch ein Politikum. Sie sind Fans, die keine konventionellen Fans sein wollen und es doch sind.

Jede Form des von Fans und Konsumenten produzierten Lokalpatriotismus ist wie der Fußballverein selbst Teil eines Rankings, das die Städte als Kapitalstandorte im internationalen Konkurrenzkampf gegeneinander organisieren.

7) Fußball huldigt dem Erfolg, der gleichbedeutend mit Glück und positivem Denken ist. Dem entspricht das permanente Life-Logging des Spielers, eine sorgfältige Beobachtung des Körpers, die zu höherer Leistung führen soll. Die Kontrolle wird gasförmig, sie erregt und ist heimtückisch zugleich. Der Spieler ist ein perfekter Selbstquantifizierer, allerdings einer, der immer nur dem Team hilft.

8) Eine Vision: Es gibt das intime Zwiegespräch des Fußballsubjekts mit dem Ball als Quasi-Subjekt, wobei es ausschließlich und allein der Ball zu sein scheint, der ständig über die Stränge schlägt und seine eigenen Bahnen und Wege auswählt, sodass allein der Ball die Positionen, Laufwege und Plätze zu besetzen scheint, sie in jeder Sekunde des Spiels verschiebt, womit das Kontinuum der Unendlichkeiten möglicher Wege und Begegnungen, Berührungen und Relationen, die eben der Ball bahnt, dem Fußballsubjekt unsäglich fremd wird, dieser Chaosmos der Unendlichkeiten, nur mühsam begrenzt von Strategien, Taktiken, Fähigkeiten und Fertigkeiten – Spieler, Schiedsrichter, Fernsehkameras, Geräuschkulissen und euklidische Geometrie, ja, und selbst das Stadion spielt mit, die Zuschauer mit ihren kollektiven Wahrnehmungen zwischen Event und Ereignis oszillierend – (das Stadion-Panorama erzeugt die Umlaufbahn einer Übersteigerung kollektiver Affekte).

9) Eine Position: „Es ist die Tatsache, daß die Montagszeitung stets die unlesbarste ist, weil der aggressive Sportteil mit seiner Gülle aus Fußballfrontberichterstattung, Spielerhalbnacktfotos und Pfennigweisheiten den kümmerlichen Rest in seinen Krallen hält. Fußballkommentare sind keine Meinung, sondern ein Verbrechen.

Es ist die Verwegenheit von der Stange, die sich aus der täglichen Müllanfuhr von Feuilleton, KiKa und H & M kostümiert

und im Fußball das »Abenteuer Ich« und sogar das »Abenteuer Leben« halluziniert. Wo doch die von Event-Kaspereien durchseuchte Existenz jedes Normalbürgers trotz steigender Dosis immer öder zu werden droht.

Es sind die umnachteten Mietvisagen der akzeptierenden Medienarbeit, die granatendämlichen Zombies aus Politik, Kirche und Wirtschaft, die sich beim Fußball anbiedern, um irgendwie auch Pop oder cool oder beides zu sein. Denn wer nicht schön- und mittut, der wird nicht gewählt, dessen Quoten sinken, dessen Stuhl wackelt und dessen Produkte kauft kein Schwein. Noch nie war das Bekenntnis zum Mittelmaß so überzeugend.Es ist die Affirmationsblase des polytropen Spaßspießertums, das eben deswegen das schlimmste ist, weil ihm nicht im Traum einfällt, daß es das moderne Spießertum ist.”

Foto: Bernhard Weber

← PREVIOUS NEXT →